

+++ Drogerie +++ Reformhaus +++ stationäre Apotheke +++ Online-Apotheke +++ Supermarkt +++ Drogerie +++ Reformhaus +++ stationäre Apotheke +++ Online-Apotheke +++ Supermarkt +++ Drogerie +++ Reformhaus +++ stationäre Apotheke +++ Online-Apotheke +++ Supermarkt +++

Studiensteckbrief

# Studie Healthcare-Zielgruppe Drogeriekäufe 2025

erarbeitet von:  
research tools, Esslingen am Neckar

Oktober 2025



**research tools**

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Healthcare-  
Zielgruppe Drogeriekäufe 2025

# Informationen zur Studie

## Nutzwert der Studie:



Worin unterscheidet sich die Zielgruppe in **soziodemografischer Hinsicht** von der Gesamtheit der Healthcare-Kunden?



Welches **Kundenverhalten** macht die Kaufentscheidungen von Drogeriekäufern aus?



Zu welchen **Arzneimitteln und Nahrungsergänzungsmitteln** besteht in der Zielgruppe eine Affinität?



Welche **Kauforte** sind in der Zielgruppe für den Arzneimittelkauf überdurchschnittlich beliebt?



**Wo** kaufen Drogeriekäufer ihre Nahrungsergänzungsmittel?



Über welche **Medien** erreiche ich die Zielgruppe besonders gut?

# Informationen zur Studie

## Key Facts der Analysebereiche:

### Soziodemografie

30%



**Drogerie-Kunden**  
in der Online-Bevölkerung

### Produkt



**Top-Produkte Frauenanteil**

- Tiermedizin
- Haut/Haare/Nägel
- Homöopathie

### Kundenverhalten



**Nachhaltigkeit** besonders wichtig  
beim allgemeinen Kaufverhalten

### Werbeakzeptanz

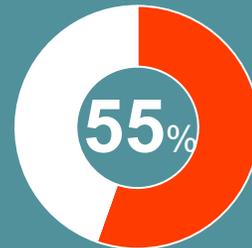
Top 3 Werbemedien

**Anzeigebblätter**

Tageszeitung

Zeitschriften

### Kauforte



Der Arzneimittelkäufe  
erfolgen

**online**

### Freizeit & Medien

die Zielgruppe  
nutzt besonders  
häufig



**Video und  
Unterhaltungsseiten**

# Informationen zur Studie

## Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Drogeriekäufe**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **13 Produktkategorien** und **5 Kauforten** in **2 Kategorien**

alle Information auf **58 PowerPoint-Seiten**

als **PDF und PowerPoint-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

**Nutzen:** Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für kundenzentrierte Marketingmaßnahmen

## Forschungsdesign:

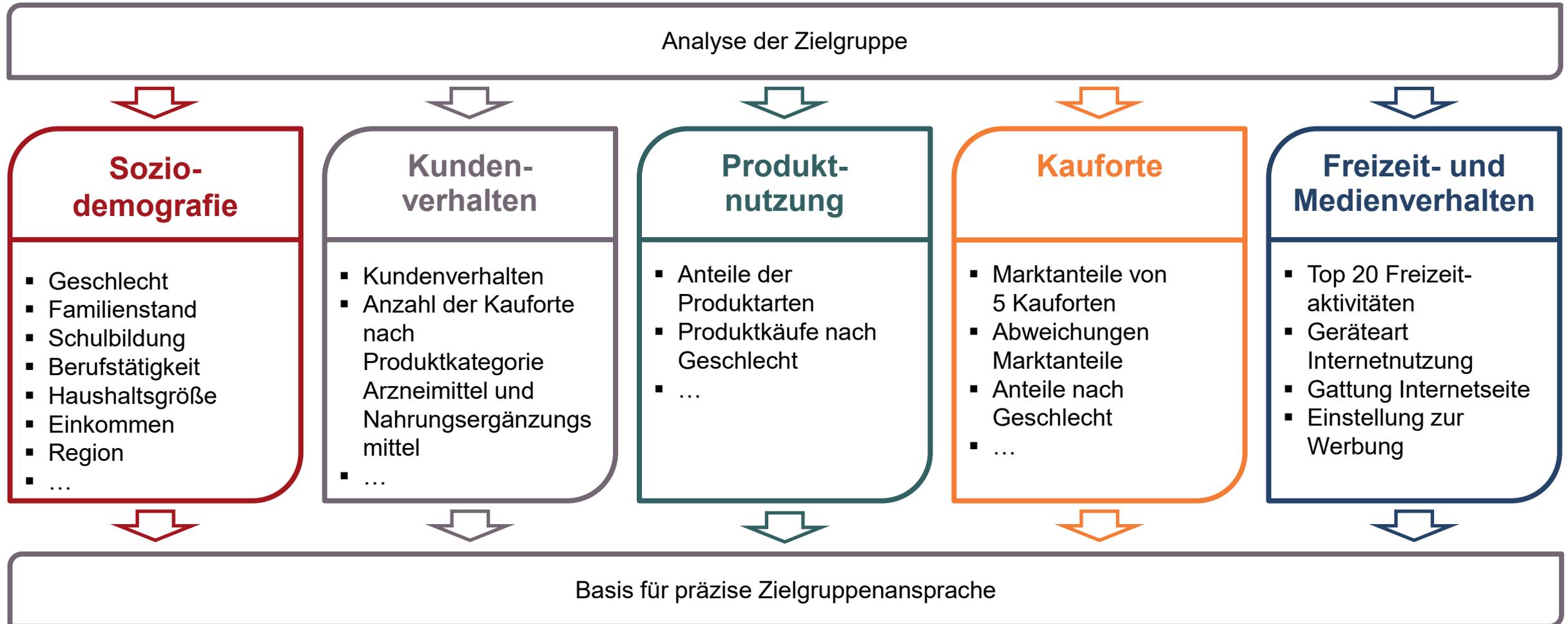
- 4.000 Interviews (auf zwei Jahre verteilt)
- online-bevölkerungsrepräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 30 Prozent aus der Zielgruppe Drogeriekäufe
- im Oktober 2025 erschienen

## Preis:

- die 58 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.

# Informationen zur Studie

## Konzeption:



# Inhaltsverzeichnis

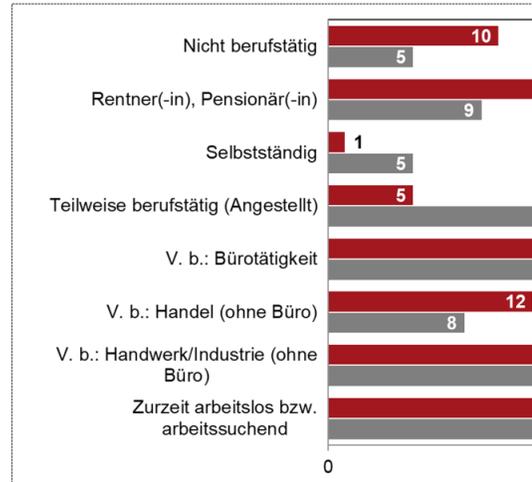
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	7
➤ Soziodemografie	11
Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region, Wohnsituation	
➤ Kundenverhalten	23
Bewertung der Statements, Anzahl der Kauforte (Arzneimittel) nach Produktkategorie in der Zielgruppe, Anzahl der Kauforte (Nahrungsergänzungsmittel) nach Produktkategorie in der Zielgruppe	
➤ Produktkategorien	27
Zuletzt genutzte Produktkategorien, Anteile der Geschlechter nach Produktkategorien, Differenz der Marktanteile	
➤ Kauforte	32
Verteilung der Kauforte, Marktanteile der Kauforte, Kauforte nach Geschlecht, Abweichungen Marktanteile, Kauforte nach Produktgruppen	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	43
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen	
➤ Kontakt	57

# Analysebeispiele (1)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

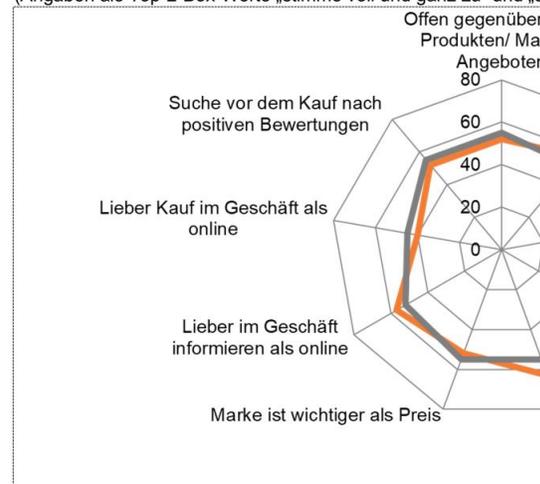


Fragestellung: Ihr Beruf?



### Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zu allen Healthcare-Kunden (Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



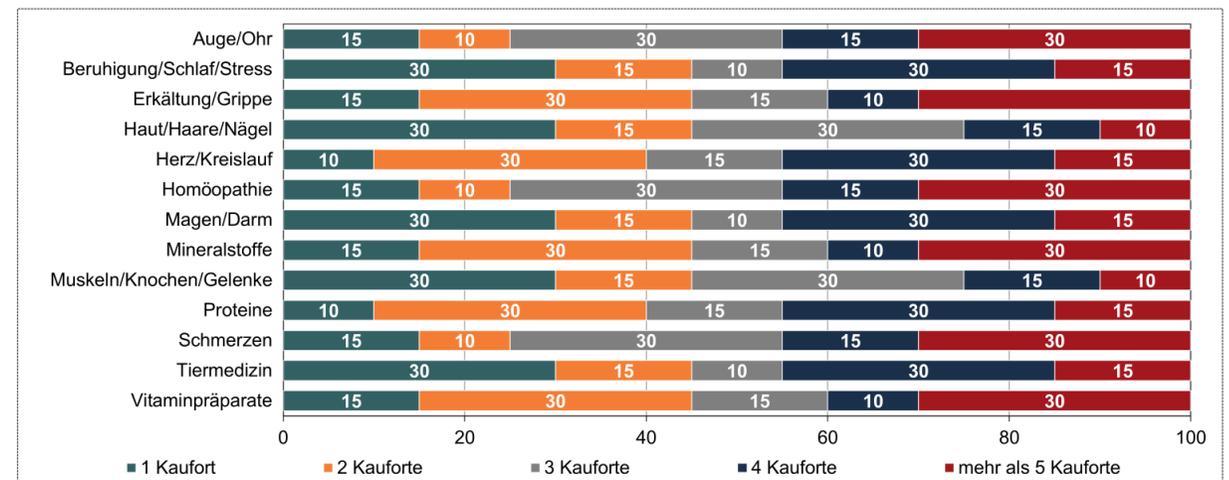
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?



Wie viele Kauforte nutzen die Kunden?

### Kundenverhalten

Anzahl der Kauforte (Arzneimittel) nach Produktkategorie in der Zielgruppe (Angaben in %)



Fragestellung: Welche Arznei- und Nahrungsergänzungsmittel haben Sie persönlich in den letzten zwölf Monaten verwendet? (Mehrfachantworten möglich); Welche Kauforte haben Sie in den letzten zwölf Monaten für den Kauf von Arzneimitteln genutzt? (Mehrfachantworten möglich) Lesebeispiel: 25% der Schmerzmittel-Kunden haben an nur einem Kaufort Arzneimittel gekauft.



Studie Healthcare-Zielgruppe  
Drogeriekäufe 2025

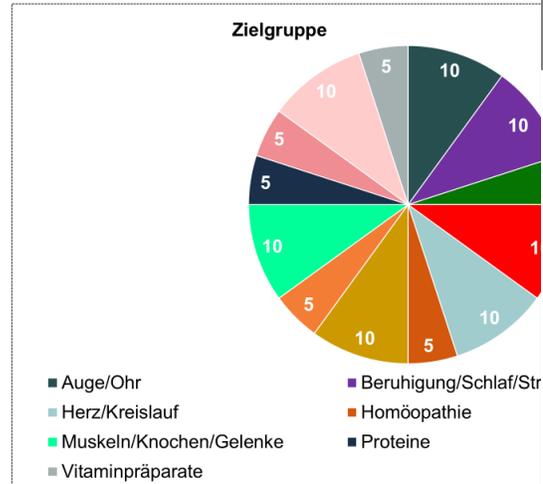
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

# Analysebeispiele (2)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Produktkategorien

Anteil der Produktkategorien an den **letzten Produktnutzungen**<sup>1</sup> (Angaben in %)

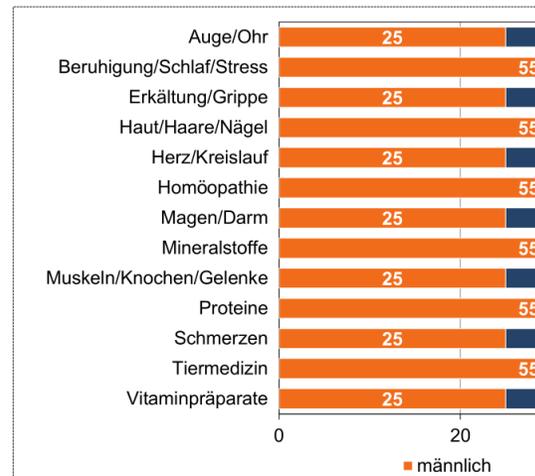


<sup>1</sup> Basis: in den letzten zwölf Monaten verwendete Arzneimittel und Nahrungsergänzungsmittel



### Produktkategorien

Anteile der Geschlechter nach Produktkategorie bei den **letzten Produktnutzungen**<sup>1</sup> in der Zielgruppe (Angaben in %)



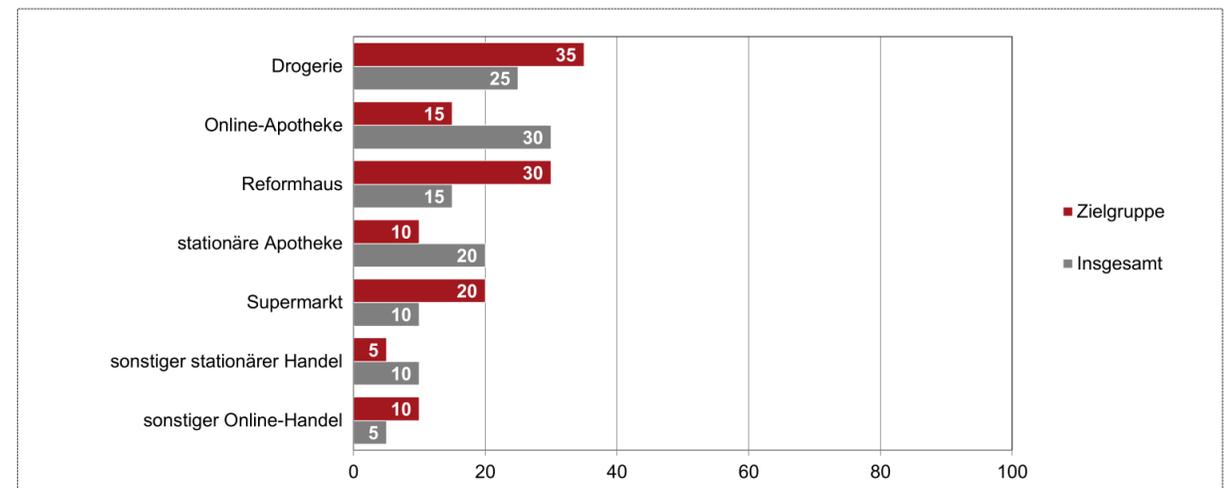
Fragestellung: Welche Arznei- und Nahrungsergänzungsmittel haben Sie persönlich in der verwendete Arzneimittel und Nahrungsergänzungsmittel



**Welche Kauforte werden vermehrt gewählt?**

### Kauforte

Verteilung der Nahrungsergänzungsmittel Produktkäufe auf die Kauforte<sup>1</sup> (Angaben in %)



Fragestellung: Welche Kauforte haben Sie in den letzten zwölf Monaten für den Kauf von Nahrungsergänzungsmitteln genutzt? (Mehrfachantworten möglich); Lesebeispiel: 15% der Zielgruppe kauften Nahrungsergänzungsmittel in der Online-Apotheke



Studie Healthcare-Zielgruppe  
Drogeriekäufe 2025

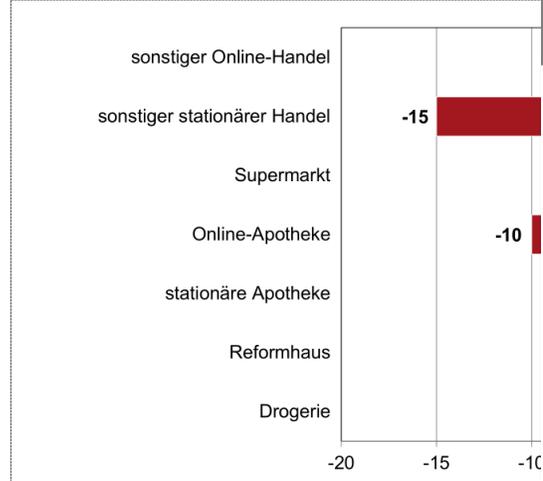
**Welche Produktgruppen erwirbt die Zielgruppe verstärkt?**

# Analysebeispiele (3)

## Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

### Kauforte

Abweichungen der Marktanteile<sup>1</sup> der Arzneimittel Kauforte – Marktanteil bei der Zielgruppe abzüglich Marktanteil Insgesamt (Angabe in Prozentpunkten)

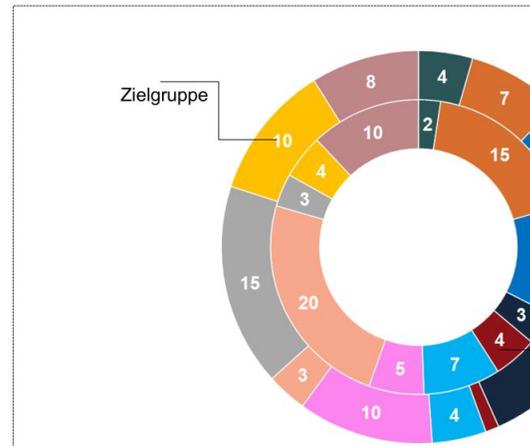


Fragestellung: Welche Kauforte haben Sie in den letzten zwölf Monaten für den Kauf von / St



### Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



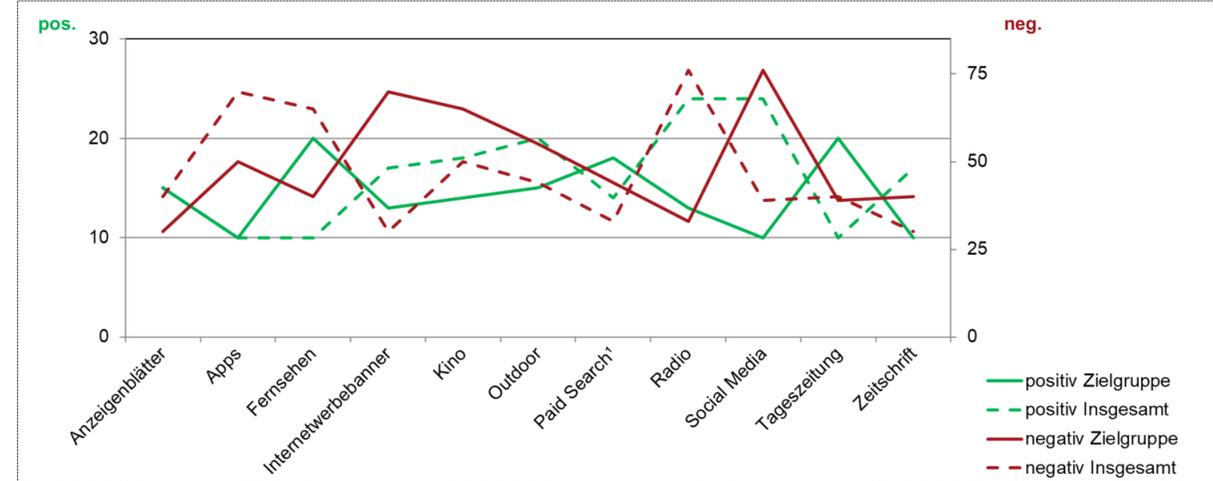
Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zu / St



Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

### Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Healthcare-Zielgruppe  
Drogeriekäufe 2025

Welche Kauforte präferiert die Zielgruppe gegenüber der Vergleichsgruppe?

# Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

**E-Mail:** [ronja.inhofer@research-tools.net](mailto:ronja.inhofer@research-tools.net)

**FAX:** +49 (0)691 – 55090384

**Auftragnehmer:** research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.500 EUR zzgl. MwSt. die  
**Studie Healthcare-Zielgruppe Drogeriekäufe 2025.**

**Auftraggeber:**

Firma: \_\_\_\_\_

Ansprechpartner: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Position/Funktion: \_\_\_\_\_

Datum, Ort, Unterschrift: \_\_\_\_\_

# Kontakt / Branchenerfahrung

Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

**Ronja Inhofer**



Marketinganalytikerin  
M.Sc. Planung und Partizipation  
Tel.: +49 691 55090383, Fax +49 691 55090384  
E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

**research tools**

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar  
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist.

In der Branche ‚Healthcare‘ sind bereits mehr als 100 Studien erschienen.  
In der Studienreihe ‚Zielgruppenstudien‘ sind bisher mehr als 150 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Healthcarebranche erschienen:

- Studie eVisibility Hörgeräte 2025
- Studie Healthcare-Zielgruppe Online-Apotheke 2025
- Studie eVisibility Krankenkassen 2025
- Studie eVisibility Nahrungsergänzungsmittel 2025
- Studie Social Media-Performance Arzneimittelhersteller 2025
- Studie Social Media-Performance Krankenkassen 2025

Healthcarebranche: seit 2020 mehr als 60 Studien veröffentlicht

